



ทำไม?

ห้าม ตั้งราคาแตกต่างกัน



Price Discrimination



การตั้งราคาที่แตกต่างกันเป็นกลยุทธ์ในการกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันในราคาที่แตกต่างกัน โดยอาจขายให้ลูกค้ากลุ่มเดียวกันหรือคนละกลุ่ม โดยความแตกต่างของราคาไม่ได้เกิดจากความแตกต่างด้านปริมาณการซื้อขาย คุณภาพหรือคุณลักษณะอื่นๆ ของสินค้า หรือต้นทุนการผลิตและการกระจายสินค้า ซึ่งโดยทั่วไปแล้วไม่ถือว่าเป็นการกระทำผิด เว้นแต่จะกระทำเพื่อกำกidelการแข่งขันของผู้แข่งขัน ตัวอย่างเช่น การตั้งราคาสินค้าของตนในราคาต่ำในเขตพื้นที่ หรือกับกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่นิยมสินค้าของตน และตั้งราคาสูงมากกว่าในเขตพื้นที่ หรือกับกลุ่มผู้บริโภคที่สินค้าของตนครองตลาดอยู่ เป็นต้น

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542

มาตรา 25(1)

ห้ามผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดกระทำการกำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อขายสินค้า หรือค่าบริการอย่างไม่เป็นธรรม

มาตรา 29

ห้ามผู้ประกอบการกระทำใดๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และมีผลเป็นการทำลาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอื่น หรือเพื่อมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ

หลักการสำคัญของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 คือส่งเสริมให้มีการแข่งขันที่เสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือผู้ที่มีอำนาจในตลาดจะต้องไม่กระทำการพฤติกรรมที่ไปจำกัดการแข่งขัน หรือทำลายคู่แข่ง ซึ่งการตั้งราคาที่แตกต่างกันสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันที่ไม่มีความแตกต่างกัน ถือเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่ห้ามกระทำภายใต้กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าของไทย มาตรา 25(1) และมาตรา 29

แนวทางการพิจารณา...พฤติกรรมที่เข้าข่าย

การตั้งราคาที่แตกต่างกันมักเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจ หรือเป็นผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยการกำหนดเงื่อนไขทางการค้าต่อลูกค้าที่มีลักษณะดังต่อไปนี้



Price Discrimination

สินค้า/บริการที่จำหน่ายเป็นชนิดเดียวกันและมีคุณภาพเหมือนกัน

ผู้ซื้อแต่ละรายเป็นผู้ประกอบธุรกิจในระดับเดียวกัน เช่น เป็นผู้ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อในระดับค้าปลีก หรือเป็นคู่แข่งกัน

เงื่อนไขการซื้อ การให้เครดิต และการชำระเงินเหมือนกัน

ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายให้กับลูกค้าเท่ากัน แต่ให้ส่วนลดแตกต่างกัน

ต้นทุนในการจำหน่ายให้กับผู้ซื้อแต่ละรายไม่แตกต่างกัน เช่น ต้นทุนการขนส่งสินค้าเท่ากัน ลักษณะการบรรจุหีบห่อเหมือนกัน

ตัวอย่าง...ข้อกฎหมายต่างประเทศ



USA

Clayton Act

Section 2 “ห้ามตั้งราคาสินค้าที่แตกต่างกันสำหรับสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน อันอาจลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญหรือก่อให้เกิดการผูกขาด”



European Union

Treaty on the Function of the European Union

Article 102(C) “การกำหนดเงื่อนไขที่แตกต่างกันในการประกอบธุรกิจกับคู่ค้าที่เทียบเท่ากัน ซึ่งส่งผลให้เกิดการเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน”



Japan

Anti - Monopoly Law

Article (9)(ii) ห้ามจำหน่ายสินค้าหรือบริการในราคาที่แตกต่างกันอย่างต่อเนื่องและไม่เป็นธรรม ในเขตพื้นที่หรือกับลูกค้าเดียวกัน อันมีผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นได้รับความเสียหาย



Indonesia

Law No.5 of 1999 Concerning of Prohibition Monopolistic Practices and Unfair Business Competition

Article 6 ห้ามผู้ประกอบการทำความตกลงกำหนดเงื่อนไขให้ลูกค้าต้องซื้อสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันในราคาที่แตกต่างจากลูกค้ารายอื่น

กรณีศึกษาต่างประเทศ

บริษัท AT&T เป็นผู้ให้บริการในธุรกิจโทรคมนาคมของสหรัฐอเมริกา โดยเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์ทางไกลในประเทศ และโทรศัพท์ระหว่างประเทศเพียงรายเดียวในสหรัฐอเมริกา ต่อมาปี 1979 หรือ พ.ศ.2522 MCI ได้รับอนุญาตให้เข้ามาทำธุรกิจโทรศัพท์ทางไกลในประเทศ ซึ่งจะต้องแข่งขันกับ AT&T แต่ MCI ต้องอาศัยเครือข่ายโทรศัพท์ท้องถิ่นของ AT&T ในการให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากไม่มีเครือข่ายโทรศัพท์ท้องถิ่นเป็นของตนเอง AT&T มีพฤติกรรมที่กีดขวางการประกอบธุรกิจของ MCI โดยกำหนดราคาค่าเชื่อมต่อเครือข่าย (Inter-connection charge) ในอัตราที่สูงเพื่อให้ค่าบริการของ MCI สูงกว่า AT&T

หน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคมของสหรัฐอเมริกาจึงเข้ามาควบคุมค่าเชื่อมต่อให้เป็นธรรม AT&T จึงให้ MCI ใช้เครือข่ายที่คุณภาพเสียงต่ำกว่าที่ AT&T ให้บริการกับลูกค้าและยังกำหนดให้ลูกค้าที่ใช้บริการของ MCI ต้องกดรหัสเพื่อที่จะโทรออกหลายตัว ส่งผลให้คุณภาพในการให้บริการของ MCI ต่ำกว่า AT&T

ศาลจึงสั่งให้ AT&T ต้องแยกธุรกิจบริการโทรศัพท์พื้นฐานกับและโทรศัพท์ระหว่างประเทศออกเป็นบริษัทใหม่ และกำหนดให้บริษัทใหม่ต้องคิดค่าบริการใช้เครือข่ายกับ AT&T และ MCI ในอัตราเดียวกัน ซึ่งกรณีนี้ตอบแรกมีผู้ซื้อเพียงรายเดียวคือ MCI ต่อมาจึงมีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นอีกรายคือ AT&T และการที่ศาลมีคำสั่งเช่นนี้เพื่อป้องกันมิให้เกิดการเลือกปฏิบัติด้านราคาในการใช้เครือข่าย (court order requiring non-discrimination access to a particular facility) ที่จะทำให้ AT&T ได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งอาจส่งผลให้ MCI ไม่สามารถแข่งขันได้และต้องออกจากตลาดไป ซึ่งส่งผลให้ AT&T กลายเป็นผู้ผูกขาดในธุรกิจนี้ต่อไป



ผลของการตั้งราคาแตกต่างกัน

หากผู้ประกอบการที่มีลักษณะเป็นกลุ่มธุรกิจ/บริษัทในเครือกระทำการตั้งราคาจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกันให้กับบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกันมากกว่าบริษัทที่อยู่นอกกลุ่ม หรือจำหน่ายให้กับยี่ห้อหนึ่งมากกว่ายี่ห้ออื่น จะก่อให้เกิดการได้เปรียบ-เสียเปรียบระหว่างผู้ซื้อด้วยกันที่เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เป็นคู่แข่งกันทางด้านต้นทุนและส่งผลกระทบต่อการแข่งขันระหว่างกันในระดับผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าหรือบริการได้ในราคาที่ถูกลงกว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการแพงกว่า ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการที่ซื้อแพงกว่ามีต้นทุนที่สูงกว่าและไม่สามารถแข่งขันกับผู้ซื้อที่ซื้อถูกลงได้

กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ถือเป็น “ระบบบุญทางการค้า” ใช้กำกับดูแลให้เกิดความเสรีและเป็นธรรมแก่การประกอบธุรกิจอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกับการตั้งราคาจำหน่ายให้ลูกค้าในระดับราคาที่แตกต่างกัน (Price Discrimination) สำหรับสินค้าชนิดเดียวกัน ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ซึ่งหากผู้ประกอบการมีการกระทำพฤติกรรมดังกล่าวตามมาตรา 25(1) และมาตรา 29 อาชีพพาณิชย์พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ซึ่งผู้ที่ฝ่าฝืนต้องถูกลงโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้



บรรณาธิการ : นายวัชรนศักดิ์ เสือเอี่ยม

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

เรียบเรียงโดย : นางสาวสุธาสิณี มั่นคงขันติวงศ์

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ